

조직 내에서의 카카오톡 이용이 조직생활에 미치는 효과 분석

조직동일시, 조직지원, 직무만족도에 대한 영향을 중심으로

조재희 중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부 부교수*

김해연 중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부 박사과정**

본 연구는 모바일 커뮤니케이션 기술이 빠르게 발전하고 있는 현대 사회에서, 가장 지배적인 커뮤니케이션 채널로 자리 잡은 모바일 인스턴트 메시징 서비스(MIM: mobile instant messaging service)의 조직변인들에 대한 효과를 분석하고자 했다. 이를 위해 네 가지 카카오톡 이용변인-카카오톡 의존도, 카카오톡 정보의 업무 관련성, 카카오톡 정보의 모호성, 카카오톡 이용 피로감-이 조직동일시, 조직지원, 그리고 직무만족도에 미치는 직·간접적인 효과를 포함하는 이론적 모델을 제시하고 이를 실증적으로 검증하고자 했다. 경로 분석 결과를 살펴보면, 카카오톡 정보의 업무관련성과 카카오톡 이용 피로감은 조직동일시에 유의미한 영향을 미쳤으며 조직지원과 직무만족도에도 유의미한 간접적인 효과를 보였다. 하지만 카카오톡 의존도와 카카오톡 정보의 모호성이 조직동일시에 대해 갖는 효과는 통계적으로 유의미하지 않았다. 이러한 결과를 종합해 보면, 현재 한국의 조직에서 카카오톡이 지나치게 도구적인 목적으로 활용됨으로써 조직동일시에 미치는 정적인 효과가 상대적으로 제한적이며, 과도한 카카오톡 활용은 조직동일시와 조직지원을 매개로 하여 궁극적으로는 직무만족도에도 부적인 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다.

주제어 모바일 인스턴트 메시징 서비스(MIM), 카카오톡, 조직동일시, 조직지원, 직무만족도

* Corresponding author: jcho49@cau.ac.kr

** may7577@daum.net

1. 서론

2000년대 중반 이후 스마트폰이 개발되면서 모바일 커뮤니케이션은 현대 조직에서의 가장 중요한 커뮤니케이션 형식이 되었다. 세계 최고 수준의 인터넷과 무선통신 연결망을 구축한 한국에서는 이와 같은 현상이 더욱 가속화되었으며, 스마트폰을 활용한 조직 내 커뮤니케이션은 일상화되어 왔다. 특히 가장 대표적인 모바일 인스턴트 메시징 서비스인 ‘카카오톡’은 이미 한국 조직에서 가장 많이 활용되고 있는 모바일 커뮤니케이션 채널이다(이경희·김기선, 2015; 이승길·이주호, 2016). 비록 카카오톡은 텍스트 기반의 커뮤니케이션 채널이지만, 음성과 동영상 파일 공유가 가능하고, 단체 채팅 기능을 추가하면서 보다 활발하게 조직적 목적으로 이용되고 있다. 카카오톡의 기능이 확장됨에 따라서 일반 사기업, 공공기관, 교육기관을 비롯하여 많은 분야의 조직에서 카카오톡의 활용이 늘고 있는 것이다. 이에 따라 카카오톡의 조직적 활용의 장·단점에 대한 관심도 크게 증가했다. 카카오톡의 다양한 기능이 조직 내 업무에 도움을 주는 것은 장점에 속한다(이승길·이주호, 2016). 한국과 같이 통신망과 인터넷망이 고도로 발달된 조건에서는, 커뮤니케이션의 실현가능성(feasibility)이나 양적인(quantity) 측면에서 카카오톡은 큰 강점을 지닌다. 이러한 효율적인 커뮤니케이션은 업무수행의 효율성 또한 증가시키고, 업무시간의 유연화도 가능하게 한다(이승길·이주호, 2016).

하지만 이동전화나 스마트 기기의 조직적 활용을 다룬 기존 연구에서 자주 언급했듯이(박상철·고준, 2014; 홍세일·김병수, 2017; Lee & Park, 2015; Stich, Tarafdar, Cooper, & Stacey, 2017; Wang, Yang, & Tseng, 2016), 모바일 커뮤니케이션 기술의 조직적 활용은 직원들을 조직원-조직원, 조직-조직원, 조직원-외부 사이의 ‘항시적 연결(being always on)’ 상태로 몰아감으로써 직원들의 스트레스를 가중시킨다. 스마트폰에 탑재된 인스턴트 메시징 서비스가 경계를 상실한 커뮤니케이션 과부하로 연결되기 때문이다. 즉, 휴대폰의 SMS 기능은 텍스트 기반이며 실제 업무수행에 필요한 자료를 공유하

는 데에는 한계가 있지만, 카카오톡과 같은 MIM은 실질적으로 필요한 업무자료를 공유함으로써 ‘일’과 ‘삶’의 경계를 크게 허물고 있다. 예를 들어, 업무 시간 이후에 상사가 부하 직원들과의 카카오톡 단체 채팅방에 다음날 발표할 파워포인트 자료를 업로드하고 이에 대한 검토를 지시할 경우, 직원들은 항시적 연결 상태에 놓이게 되고 결국에는 일-삶 균형을 잃게 된다.

MIM의 조직적 활용이 급증함에 따라서, MIM의 장·단점에 대한 연구 또한 점차 증가하고 있다(Lee, 2012; Sheer & Rice, 2017). 쉬어와 라이스(Sheer & Rice, 2017)가 주장하듯이, 기존의 연구들은 MIM을 PC 기반의 인스턴트메신저(Instant Messenger) 서비스와 휴대폰을 통한 문자 메시지와 구분하면서 MIM만이 갖는 특성에 대해 탐색하고자 하며, 더 나아가 MIM이용이 다양한 측면에서 조직생활에 미칠 수 있는 영향에 대해 분석하고자 했다(Lee, 2012). 이러한 연구결과의 유의미성에도 불구하고, MIM의 조직적 활용에 대한 커뮤니케이션 영역에서의 연구는 찾아보기 어렵다. 예를 들어, 기존의 커뮤니케이션학자들이 스마트폰이 조직원에 미치는 영향을 살펴보았으나, 스마트폰의 구체적인 기능(예. 통화, 게임, 인터넷 정보검색 등)에 초점을 두고 분석한 경우는 많지 않다. IM에 대한 연구 또한 기존의 PC 기반의 IM에 대한 연구가 많이 이루어졌다. 따라서 스마트폰의 구체적인 기능 중 하나인 MIM 서비스에 대한 연구는 상대적으로 부족하다.

이에 더해, 한국에서 가장 많은 사용자를 확보하고 있으며 조직에서도 크게 의존하고 있는 카카오톡의 ‘조직적 활용’에 대한 연구는 상대적으로 더욱 부족하다. 특히 여러 언론 보도에서 보여주듯이, 카카오톡이 조직원들에게 미치는 부정적인 영향에 대한 기술적인 통계와 예측은 많지만 이를 이론적 모델을 통해 실증적으로 검증한 연구는 찾아보기 어렵다. 따라서 본 연구는 카카오톡 이용과 관련된 주요 변인들이 조직동일시, 조직지원, 직무만족도에 미치는 직·간접적 효과에 대해 검증하고자 했다.

2. 이론적 배경

1) 카카오톡(Kakaotalk)에 관한 논의

카카오톡은 스마트폰 내에 저장된 전화번호 기반 메신저 서비스 가운데 대표적인 모바일 인스턴트 메신저(mobile instant messenger: MIM)이다. 카카오톡 서비스는 스마트폰이 본격적으로 국내에 소개되기 시작한 지난 2010년부터 혁신적인 모바일용 메신저 서비스의 시스템을 갖추고 등장했다. 유료문자가 대세였던 당시 환경에서 무료로 문자대화가 가능했던 카카오톡은 기술적인 발전에 힘입어 텍스트 송·수신에 있어서 많은 데이터를 소모하지 않아도 이용이 가능했던 것이다. 이 때문에 많은 모바일 유저들이 카카오톡을 사용하게 되었고 그 성장세가 꾸준히 이어지면서 지난 2017년 6월 ‘모바일 메신저 서비스 월별 이용시간 관련 조사’에서 95%의 점유율을 보이며 업계 1위를 차지했다(최동훈, 2018, 1, 9)

이미 2012년부터 스마트폰 사용자 가운데 약 79.6% 이상이 스마트폰을 이용해서 모바일 인스턴트 메신저를 이용한 경험이 있었던 것으로 나타난 바 있다. 이와 함께 카카오톡은 디지털 플랫폼이 가지는 커뮤니케이션의 새로운 장을 형성하여 그 입지를 구축했다(김진욱·류가영·배기영·황나영·김효선, 2012, 1월). 여기에는 카카오톡 자체가 가장 많이 이용되는 메신저이기 때문에 새로운 유저들 또한, 카카오톡 애플리케이션을 다운로드 받아 사용할 수밖에 없는 구조도 일조했을 것이다. 최근 스마트폰 이용자들이 가장 많은 시간 사용하는 애플리케이션이 무엇인지 알아보기 위해 약 2만 명 이상을 대상으로 모바일 앱 분석업체가 표본 조사한 결과 약 90% 이상이 ‘카카오톡’ 앱에 할애하는 시간이 가장 많다고 응답한 것은 이러한 사실을 뒷받침한다(김수연, 2017, 11, 21).

카카오톡은 한국인의 일상생활을 넘어서 조직생활에도 깊게 침투해 있다. 이와 관련하여, 이경희와 김기선(2015)의 보고 자료에 의하면 설문 응답자 가운데 약 70.3%의 직장인이 스마트기기로 업무수행을 한 경험이 있었다. 업무목적 스마트 기기 이용 시간은 평일에는 하루 약 1.44시간 휴일에는 하루 약

1.6시간인 것으로 나타났고, 이 가운데 업무를 위해 3시간 이상 스마트기기를 이용한 근무자의 비율이 15.5%에 달했다. 특히 휴일의 업무요구에 있어 인스턴트 메신저를 통한 업무지시가 47.9%인 것으로 나타났다. 이처럼, 업무에 대한 접근이 편리해진 스마트폰기기의 특성으로 카카오톡과 같은 모바일 인스턴트 메신저는 개개인의 의사와는 별개로 업무수행도를 높이는데 꾸준히 이용되고 있는 것이다. 특히 카카오톡은 빠르고 편리한 업무관련 소통을 가능하게 해주기 때문에, 조직원 사이에 신속한 의사결정이 이루어질 수 있고 카카오톡의 1대 다수의 대화가 원활한 시스템은 조직원 간의 친밀성을 높이는 동시에 집단 지성을 발현시키는데 일조한다(구진경·이두희·임승희, 2012).

하지만 스마트기기로 인해 직장의 업무와 자신이 ‘항상 연결’된 상태라고 인식하기 때문에, 비록 카카오톡을 업무에 활용함으로써 업무소통의 편의 및 효율성을 높이는 장점도 있지만, 업무시간의 실질적인 증가로 인해 불필요한 스트레스를 받고 있다는 응답자의 비율이 60% 이상으로 나타났다(이승길·이주호, 2016). 이는 스마트폰 등 모바일기기의 잦은 사용은 결국 직장인들이 시간과 장소에 구애받지 않고 업무를 처리할 수 있는 시스템의 접근 확대로 이어졌기 때문으로 해석될 수 있다(박재춘, 2017).

이처럼 카카오톡의 조직적 활용은 원활한 의사소통과 의사결정 그리고 집단 지성의 발현과 같은 긍정적인 효과도 있으나, 항시적 연결로 인해 일-삶 균형(work-life balance)의 파괴와 업무부담 증가로 인한 스트레스 유발과 같은 부정적인 효과 또한 존재한다. 따라서 본 연구는 카카오톡의 이용과 관련된 복수의 변인이 조직생활과 관련된 주요 요인들-조직동일시, 조직지원, 직무만족도-에 미치는 효과에 대해 분석해 보고자 한다. 카카오톡 이용과 관련된 변인들에 대한 설명에 앞서, 세 가지 조직생활 관련 변인들 사이의 관계에 대해 설명하고자 한다.

기존의 연구에서는 조직 내에서의 커뮤니케이션이 여러 조직생활과 관련된 변인에 미치는 영향을 다양한 측면에서 분석했고, 특히 조직 구성원들 간의 커뮤니케이션이 조직동일시에 미치는 긍정적인 효과에 대해 많은 연구가 이루어

졌다(Bartels, Pruyn, Jong, & Joustra, 2007; Smidts, Pruyn, Van Riel, 1999). 이에 더해, 조직동일시는 직무만족도와 조직지원을 포함하는 다양한 변인들과도 긍정적인 관계를 갖는다는 많은 실증적인 증거가 제시되어 왔다. 이에 본 연구에서는 조직 커뮤니케이션이 조직동일시를 통해 여러 조직관련 변인들에 미치는 효과에 주목하고자 하며, 이를 설명하기 위해 사회정체성-사회적 지원-스트레스 모델(Haslam et al., 2005)에 기반하여 새로운 모델을 설정하고자 했다. 아래에서는 해당 모델에 대한 설명과 주요 변인 간의 관계에 대한 가설을 제시한 후, 카카오톡 활용을 추가하는 모델을 제시하고자 한다.

2) 조직동일시, 조직지원, 직무만족도의 상관관계

성공적인 조직 생활의 가장 중요한 부분 중에 하나는 조직동일시의 과정을 통해 적절한 수준에서 조직에 대한 정체성을 갖는 것이다. 조직원은 본인이 속한 조직을 통해 스스로의 존재가치를 가늠하며 이는 조직원의 조직 및 개인생활의 근본적이며 정신적인 토대가 될 수 있다. 예를 들어, '삼성맨'이라는 표현에는 삼성이라는 조직에 대한 가치가 소속원에 그대로 투영되며, 삼성직원은 삼성이라는 조직을 통해 본인 스스로의 가치를 재설정하게 된다. 조직원들의 이와 같은 조직정체성은 마엘과 애쉬포스(Mael & Ashforth, 1992)가 초창기의 연구에서 밝혔듯이, 개인이 사회정체성을 형성하는 과정과 비슷한 방식으로 형성된다. 애쉬포스와 마엘에 따르면, 사회정체성은 자기범주화(self-categorization)와 자기강화(self-enhancement)라는 심리적 과정을 통해 형성된다. 개인은 특정 집단에 속할 때, 자기집단과 타 집단을 구분하며, 이러한 집단에 대한 구분은 곧 본인 스스로에 대한 범주를 설정하는 과정을 의미한다. 집단에 대한 구분과 자기범주화를 통해, 소속원은 자신이 속한 집단의 특성을 바탕으로 스스로를 정의하게 된다. 이에 더해, 타 집단으로부터의 뚜렷한 구분은 자기집단에 대한 긍정적 태도에서 비롯되고 동시에 이를 유발할 수 있다. 예를 들어, 특정 야구팀을 응원할 경우, 해당 야구팀에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있기 때문에 특정 팀을 선택해서 응원하게 되며, 타 팀과의 비교를 통해 상대적으로 우수한 점을 찾고

이는 본래의 긍정적 태도를 강화하게 된다. 이러한 일련의 과정은 자기범주화와 자기강화를 통해 한 개인이 정체성을 형성하는 과정을 의미한다.

마엘과 애쉬포스(Mael & Ashforth, 1992)는 이와 같은 사회정체성 형성과정을 조직에 적용하면서 조직동일시라는 개념을 제시한다. 조직동일시의 핵심은 개인이 특정 조직에 속함으로써 조직의 여러 차원의 속성을 바탕으로 본인을 정의하고 조직과 일체화되는 과정을 의미한다(Mael & Ashforth, 1992; Riketta, 2005; Smidts, Pruyn, & van Riel, 2001). 조직동일시 과정을 통해 조직과 조직원의 합일의 정도가 강할수록 조직원은 조직을 통해 스스로를 정의하며, 조직의 성과를 자신의 성과로 간주하며, 조직의 문제를 개인의 문제로 내재화 한다(Cheney, 1983; Cheney & Tompkins, 1987; Lee, Park, & Koo, 2015; Shen et al., 2014). 기존의 많은 연구들은 조직동일시의 중요성에 대해 강하게 피력하고 실증적인 자료를 수집하고 분석함으로써 조직동일시의 긍정적인 역할에 대해 증명했다(Lee et al., 2015). 예를 들어, 조직동일시는 조직시민행동(Van Dick, Grojean, Christ, & Wieseke, 2006), 직무수행도(Walumbwa et al., 2011), 조직공정성(Walumbwa, Cropanzano, & Hartnell, 2009)과 긍정적인 상관관계를 가지며, 이직의도를 감소시킨다(Riketta, 2005).

비록 조직동일시의 역할에 대한 많은 연구가 진행되지만, 본 연구에서는 조직동일시와 조직관련 주요 변인들과의 관계를 명확하게 설명하기 위해 적절한 연구모델로 하슬람과 동료들(Haslam et al., 2005)이 제시한 “사회정체성/자기범주화 스트레스 모델(social identity/self categorization and stress)의 주요 가정을 따르고자 한다. 해당 모델의 가장 큰 강점은 조직원이 조직생활을 하면서 개인-조직 간의 관계에 대한 ‘조직동일시’라는 인지과정을 통해 ‘조직 지원’이라는 감정적이고 심리적인 상태를 경험하게 된다는 것을 논리적으로 설명한다는 점이다. 즉 개인이 속한 조직에 대해 갖는 인지적 일치도의 정도가 조직으로부터 받는 심리적 측면에 있어서의 지원의 정도에 미치는 영향과 더불어 스트레스 감소라는 최종적인 심리상태에 미치는 영향을 분석한다는 점은 인지로 인해 감정이 촉발된다는 과정을 잘 설명한다. 따라서 본 연구는 사회정

체성/자기범주화 스트레스 모델에 기반하여 조직원들의 커뮤니케이션 행위가 조직동일시라는 인지과정을 통해 복수의 최종 변인들에 영향을 미치는 과정을 설명하고자 한다.

해당 모델은 사회정체성이 사회적 지원(social support)을 유도하고 스트레스를 감소시킨다는 점을 강조한다. 사회정체성의 강화는 특정의 사회적 집단에 대한 합일의 정도가 높음을 의미하며, 이는 해당 집단과의 강한 연대와 이로 인한 사회적 지원의 강화와 직접적이고 정적으로 연결될 수 있다(Tajfel & Turner, 2004). 게다가 특정 집단의 구성원들로부터의 사회적 지원이 많을수록 스트레스를 감소시킬 수 있는 기회가 증가하며, 이는 결국 사회적 지원과 스트레스의 부적인 관계를 설명한다. 예를 들어, 한국에 유학 중인 중국인 유학생들은 중국인들로 구성된 학생회에 속함으로써 ‘중국인 유학생’이라는 정체성을 형성하게 되고, 이러한 정체성이 강화됨에 따라 타 중국인 유학생이나 학생회로부터 다양한 수준의 사회적 지원을 받게 된다. 타 중국 유학생 혹은 학생회로부터의 사회적 지원은 감정적(emotional), 정서적(affective), 물질적(materialistic) 지원일 수 있으며, 이러한 사회적 지원은 중국인 유학생들이 한국에서의 학업 및 문화생활로부터 발생할 수 있는 스트레스를 감소시키는 주요한 기제가 될 수 있다.

사회정체성과 조직정체성의 형성과정의 유사성을 고려했을 때, 사회정체성-사회적 지원-스트레스 사이의 관계를 설명하는 모델은 조직적 맥락에 변형 및 적용될 수 있다. 앞서 언급되었듯이, 조직정체성은 조직원과 조직의 합일의 정도라고 볼 수 있으며, 조직정체성이 강한 조직원들은 개인의 가치·규범과 조직의 가치·규범을 동일시하게 되고, 조직원의 조직 내·외에서의 행동 또한 조직의 가치·규범에 따라 결정하게 된다(Lee et al., 2015; Shen et al., 2014). 이는 결국 높은 수준의 조직동일시를 경험하는 조직원의 심리적 상태 또한 조직 내에서의 활동에 의해 유의미하게 결정됨을 의미한다. 따라서 사회정체성의 형성이 사회적 지원의 주요 결정요인으로 작동되듯이, 조직동일시는 조직의 가치에 부합하는 행동을 통해 조직적 지원에 긍정적인 영향을 미칠 수 있

다. 다시 말해, 조직에 대해 보다 높은 일체감을 느끼고 조직의 가치/규범에 일치되는 행동을 하는 조직원일수록 리더를 포함한 타 조직원과의 유대 관계를 보다 중요시하게 되며 이에 따라 조직원들이 조직구성원들로부터의 인지된 조직지원(POS: perceived organizational support)을 경험할 수 있는 개연성이 높아진다(Edwards & Peccei, 2010; Shen et al., 2014; Sluss, Kimchak, & Holmes, 2009). 따라서 본 연구는 조직동일시와 인지된 조직지원과의 정적인 관계에 대한 가설을 설정하고자 한다.

이에 더해, 본 연구는 조직구성원의 인지된 조직지원의 원천을 ‘리더’와 ‘동료’로 구분함으로써 조직동일시가 구체적으로 어떠한 원천으로부터의 조직지원과 관계를 맺는가에 대해 보다 철저한 분석을 진행하고자 한다. 조직과 관련된 기존의 많은 연구들은 조직 리더의 역할의 중요성을 강조해 왔으며, 조직 리더와 조직원 사이의 관계, 특히 리더-멤버 교환(LMX: leader-member exchange)이 조직원들의 조직생활과 성과에 미치는 유의미한 영향에 대해 강조했다(Gestner & Day, 1997; Graen & Uhl-Bien, 1995). LMX의 핵심내용은 조직의 리더와 조직원은 서로 다른 수준과 차원에서 자신만의 자원을 가지고 있으며, 이러한 자원이 리더-조직원 사이의 원활한 상호작용을 통해 교환되어야 조직원들의 생활은 안정되고 성과 또한 향상될 수 있다는 것이다. 이는 조직운영에 있어서 리더와 조직원의 역할이 구분되며 서로 유연하게 상호작용해야 함을 의미한다. 이와 같은 리더와 조직원 간의 기본적인 차이점에 주목하여, 본 연구는 리더로부터의 조직지원과 동료로부터의 조직지원을 구분해서 분석해 보고자 한다.

가설 1: 조직동일시는 ‘리더’로부터의 인지된 조직지원에 정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 조직동일시는 ‘동료’로부터의 인지된 조직지원에 정적인 영향을 미칠 것이다.

사회정체성/자기범주화 그리고 스트레스 모델의 또 다른 핵심 주장은 사회적 지원이 사회정체성과 스트레스와의 관계를 매개한다는 점이다. 즉 사회정체성은 사회적 지원을 증가시킴으로써 스트레스를 감소시킨다(Haslam et al.,

2005). 특히 소속된 집단으로부터의 인지적 차원에서의 사회적 지원은 정서적 공감이나 지원과 연동되어 구성원의 심리적 안정을 유도하며, 이렇게 형성된 사회적 지원은 결국 스트레스를 감소시키는데 일조하게 된다. 조직적인 맥락에서 살펴보면, 조직원이 여러 측면에서 조직지원을 경험했을 때, 해당 조직원은 조직으로부터의 스트레스를 상대적으로 적게 받는다(Bobbio, Bellan, & Manganelli, 2012; Jawahar, Stone, & Kisamore, 2007). 이러한 연구결과는 조직지원이 조직원의 다양한 심리적인 상태에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 점을 보여준다. 게다가, 조직원의 심리적인 상태와 관련한 기존의 연구를 살펴보면, 스트레스와 직무만족도 사이의 강한 부적인 상관관계가 자주 발견되었다(Jamal, 1990; Klassen & Chiu, 2010). 많은 경우에 있어서, 직무만족도가 높은 조직원은 상대적으로 적은 스트레스를 받는다. 이렇듯 기존의 연구들은 조직지원이 직무만족도에 미치는 직접적인 효과에 대해 검증했다(Eisenberger, Cummings, Armeli, & Lynch, 1997; Miao, 2011). 따라서 기존의 이론적 모델을 보다 다양한 심리적 변인으로 확장하기 위해, 본 연구는 동료와 리더로부터의 지원이 직무만족도에 미치는 영향에 대해 아래의 가설을 통해 분석해보고자 한다.

가설 3: '리더'로부터의 인지된 조직지원은 직무만족도에 정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 4: '동료'로부터의 인지된 조직지원은 직무만족도에 정적인 영향을 미칠 것이다.

3) MIM을 통한 조직 내 커뮤니케이션과 조직동일시

조직동일시는 조직원의 조직생활을 결정하는데 있어서 유의미한 역할을 하며, 본 연구에서는 조직동일시가 두 가지 차원의 조직지원과 궁극적으로는 조직만족도에 미치는 영향에 대해서 분석해 보고자 했다. 이에 더해, 본 연구는 조직동일시를 결정하는 커뮤니케이션 관련 요인에 대한 효과를 연구모델에 추가하고 이에 대해 실증적으로 검증해보고자 했다. 많은 조직커뮤니케이션 연구자들이 주장했듯이(Cheney, 1983; Chaput, Brummans, & Cooren, 2011;

Scott, 1997; Stephens & Dailey, 2012), 조직동일시 자체가 커뮤니케이션 과정이기 때문에, 조직원의 조직 내·외적 커뮤니케이션 활동을 간과할 경우 조직 동일시의 역동적인 과정을 분석할 수 없다. 따라서 많은 학자들은 조직동일시와 관련된 다양한 커뮤니케이션 활동에 대해서 분석했다(Cho, Ramgolam, Schaefer, & Sandlin, 2011; Scott, 2007; Stephens & Dailey, 2012). 조직-조직원, 조직원-조직원, 조직원-외부 사이의 원활한 커뮤니케이션은 조직원이 조직의 가치와 규범을 받아들이는 정도를 결정하고 이는 결국 조직과 조직원 사이의 합일의 정도 또한 결정하게 된다. 이에 비해, 타 조직원과의 갈등, 시스템에 대한 부적응과 같은 여러 조직적 혹은 개인적 요인들로 인해 발생하는 부적절한 소통은 조직원의 조직동일시를 저해한다. 이와 같은 기존 연구의 주요 연구결과를 바탕으로, 본 연구 또한 조직 내에서의 커뮤니케이션이 조직 동일시에 미치는 영향에 주목하고자 한다.

조직 내 커뮤니케이션은 여러 커뮤니케이션 채널을 통해 다양한 방식으로 작동된다. 미디어 풍요도 이론(media richness theory)이나 미디어 즉시성 이론(media synchronicity theory)을 기반으로 살펴보면(Daft, Lengel, & Trevino, 1987), 조직은 면대면 소통과 같이 상당히 풍요롭고 즉시적인 채널부터 메모나 포스터와 같이 지극히 비즉시적이고 단조로운 채널을 광범위하게 사용하면서 조직 내에서의 커뮤니케이션을 활성화시키고자 한다. 인터넷이 개발되면서 온라인 시스템을 통한 조직 내 소통(예, 인트라넷, 조직 내 블로그 등)이 강화되었고, 조직의 특성에 맞춰 수많은 형태의 컴퓨터 매개 커뮤니케이션 기반 시스템이 구축되어 왔다. 예를 들어, 마이크로소프트사는 “MS DevOps Blog”라는 사내 블로그를 통해 소프트웨어 개발자들 사이의 커뮤니케이션을 강화함으로써 혁신적인 아이디어를 공유하고 난해한 문제에 대한 해결책을 찾기 위해 집단지성을 발현시키고자 한다. 정보통신기술이 급속도로 발전되면서 이러한 컴퓨터 매개 커뮤니케이션 기반의 시스템은 더욱 빠르게 확장되어 왔다.

스마트 기술의 빠른 발전과 더불어 고도로 발달된 스마트폰의 개발은 이러한 현상을 더욱 가속화시켰다. 다양한 목적의 항시적 커뮤니케이션을 가능하

게 하는 스마트폰으로 인해 조직과 개인의 경계가 허물어지면서, ‘조직원-조직원’과 ‘조직-조직원’의 소통은 더욱 긴밀해지고 있다. 시·공간적으로 제한이 많은 면대면 미팅 중심의 과거 조직과는 다르게, 현대 조직에서의 커뮤니케이션은 항시성과 즉시성으로 특징 지워지고 있다(박상철·고준, 2014; 홍세일·김병수, 2017; Lee & Park, 2015; Stich, Tarafdar, Cooper, & Stacey, 2017; Wang, Yang, & Tseng, 2016). 이러한 변화를 발생시키는 가장 주요한 기술적 요인은 카카오톡으로 대표되는 모바일 인스턴트 메시징 서비스(mobile instant messaging service)의 확장으로 볼 수 있다. MIM은 현대 조직의 가장 지배적인 커뮤니케이션 수단으로 자리 잡았으며, 파일공유, 그룹채팅, 투표, 스케줄 관리 등의 추가적인 기능을 제공함으로써 조직 내 소통의 가장 주요한 수단으로 간주되고 있다(Sheer & Rice, 2017). 여러 MIM 중에서도 카카오톡은 한국 조직에서 가장 많이 활용되고 있기 때문에, 본 연구는 조직 내 커뮤니케이션의 가장 지배적인 채널인 ‘카카오톡’의 활용이 조직동일시에 미치는 영향에 대해 분석해 보고자 한다.

4) 카카오톡 활용, 조직동일시, 그리고 직무만족도

앞서 언급되었듯이, 현대 조직에서는 다양한 형태의 컴퓨터 매개 커뮤니케이션 채널(예, 인트라넷, 전자보고시스템 등)에 크게 의존하고 있으며, 스마트폰의 개발 이후에는 MIM을 통한 항시적이고 긴밀한 커뮤니케이션이 보다 강조되고 있다(박상철·고준, 2014; 홍세일·김병수, 2017; Lee & Park, 2015; Wang et al., 2016). 이상적인 조직 내 커뮤니케이션을 측정하고 이해하기 위해서는 조직 내에서 이루어지고 있는 커뮤니케이션의 양적 수준(quantitative intensity)과 질적 요소(quality components)가 복합적으로 고려되어야 한다. 우선, 보다 효율적인 조직 내 커뮤니케이션을 위해서는 조직에서 도입한 커뮤니케이션 시스템에 대해 조직원이 적극적으로 의존해야 한다. 아무리 기술적으로 진보된 커뮤니케이션 시스템을 도입하더라도, 조직원들의 적극적인 활용이 이루어지지 않는 경우가 많으며 이는 조직 차원에서의 재정적 손실과 더불어

어 조직 내에서의 비효율적 커뮤니케이션을 유발한다. MIM의 경우에도 조직원들이 업무를 위해 적극적으로 의존하고 활용하지 못할 경우에는 효율적인 커뮤니케이션 도구로 보기 어렵다. MIM의 양적 이용 수준이 전반적으로 높다는 것은 조직원들이 해당 MIM에 대한 의존도가 높으며 이를 통해 적극적으로 타 직원들과 상호작용을 하고 있음을 의미한다고 볼 수 있다. 게다가 위에서 언급했듯이 효율적인 조직 내 커뮤니케이션은 조직동일시의 가장 중요한 요인 중 하나이기 때문에, 조직에서 도입한 주요 커뮤니케이션 채널의 이용 수준이 높을수록 조직원들의 상호작용을 강화시킴으로써 조직동일시가 향상될 수 있다고 예상 가능하다. 이에 본 연구는 다음에 제시된 가설을 통해 카카오톡 의존도와 조직동일시와의 정적인 상관관계를 분석해 보고자 했다.

가설 5: 조직원들의 카카오톡 의존도는 조직동일시에 정적인 영향을 미칠 것이다.

다음으로, 특정 커뮤니케이션 툴의 양적 이용 수준과 더불어, 해당 툴을 통해 수집 및 교환되는 정보의 질적 요소 또한 효율적인 조직 내 커뮤니케이션의 중요 요인이다. 기존의 조직 내 정보 시스템 연구들은 조직 내 정보교환의 양적 적합성(예. 정보적정성(information adequacy))뿐만 아니라, 정보의 질적 요소와 수준의 중요성을 강조했다(Preuss, 2003). 정보의 질적 요소는 다양하게 구성될 수 있으며, 본 연구에서는 가장 기본적인 두 가지 질적 요소에 주목하고자 했다. 우선, 현대 조직에서는 MIM을 기본적으로 업무 목적으로 활용하기 때문에, MIM을 통해 교환되는 정보가 업무와 관련이 높을 경우 커뮤니케이션의 효율성은 증가하게 된다. 따라서 본 연구에서는 카카오톡을 통해 교환되는 정보의 업무 관련성의 긍정적인 측면에 주목하고자 했다.

이에 더해, 본 연구는 MIM을 통해 공유되는 정보의 모호성이 조직변인에 미치는 부정적인 효과에 대해 살펴보고자 한다. 매체풍요도 이론(media richness theory)에 따르면(Dennis & Kinney, 1998; Suh, 1999), 텍스트 기반의 비동시적 커뮤니케이션은 상대적으로 제한적인 커뮤니케이션 단서를 제

공하고 피드백이 비동시적으로 이루어지기 때문에 전달되는 정보의 모호성(equivocality)은 증가한다. 예를 들어, 면대면 미팅을 통해 두 소통자들은 분명하지 않은 정보를 다양하고 풍부한 커뮤니케이션의 단서를 바탕으로 빠른 피드백을 통해 명확하게 파악할 기회를 갖지만, 텍스트 메시지를 통해서서는 부족한 단서와 상대적으로 느리고 비동시적인 피드백으로 인해 정보를 명확히 파악하는데 한계를 겪는다. 이는 결국 비동시적이며 덜 풍요로운 커뮤니케이션 틀은 상대적으로 높은 모호성을 유발시킴을 의미한다(Dennis & Kinney, 1998; Suh, 1999).

기존의 전통적인 문자 서비스에 비해, 스마트폰을 통해 제공되는 MIM 서비스는 여러 측면에서 과거의 모바일 매체에 비해 상대적으로 높은 매체풍요도를 확보한다. 문자 외에도 이모티콘이나 이모지를 통해 감정을 표현할 수 있으며, 필요시 오디오나 비디오 파일의 전송 또한 가능하다. 이는 매체풍요도에 있어서 커뮤니케이션 단서의 다양성의 확장을 의미한다. 이에 더해, 매체풍요도의 한 요소인 ‘피스백의 속도’와 관련해서는 통신망과 인터넷 관련 기술의 발달은 MIM을 통한 항시적이고 동시적인 커뮤니케이션을 지원하고 있다. 인터넷이 연결된 상황에서는 언제 어디서든 MIM을 통한 소통이 가능하다. 이처럼, 이동전화의 문자 서비스에 비해, MIM은 상대적으로 높은 매체풍요도를 확보하고 있으며, 초대인적 커뮤니케이션 모형(hyperpersonal model)(Walther, 1996)을 포함한 여러 CMC 이론들은 이러한 점에 주목해 왔다. 즉, CMC 기반의 커뮤니케이션에 따르면, 커뮤니케이션 콘텐츠에 대한 ‘수정가능성’과 같은 특징을 바탕으로 CMC 틀은 이용자들이 하여금 보다 자기표현을 강화하도록 지원한다(Walther, 2007). 이는 텍스트 기반의 CMC에 대한 전통적인 가정에 상반되며, CMC가 상대적으로 높은 매체풍요도나 사회적 실재감을 확보함을 의미한다.

그러나 MIM이 비록 스마트폰의 기술에 기반하여 항시적이고 즉시적인 커뮤니케이션을 지원하고 기존의 모바일 커뮤니케이션 틀보다 다양한 커뮤니케이션 단서를 제공하지만, 텍스트 기반의 커뮤니케이션은 정보의 정확성을 극대

화하는데 있어서 상대적인 한계를 지닌다. 단순 정보를 전달하는 차원에 있어서는 텍스트 기반의 소통 방식이 도움이 될 수 있으나, 다양한 의미를 포함하는 의견정보의 전달에 있어서는 정보의 정확성을 확보하는데 한계가 있다. 왜냐하면 의사결정을 위해서는 상대 화자의 의도를 정확하게 파악할 필요가 있는데, 이는 언어적·비언어적 단서가 충분히 확보되어야 가능하기 때문이다. 따라서 텍스트 기반의 MIM을 통한 소통은 면대면이나 전화를 통한 소통에 비해 상대적으로 정보의 모호성이 높아질 수 있다. 여기서 MIM을 통해 공유된 정보의 모호성의 증가는 비효율적인 커뮤니케이션을 의미하며 다양한 조직적 변인들에 대해 부정적인 영향을 미친다. 이러한 두 가지 정보의 질적 요소를 고려하면서 본 연구는 다음과 같은 두 가설을 검증하고자 했다.

가설 6: 카카오톡을 통해 교환된 정보의 업무관련성은 조직원들의 조직동일시에 정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 7: 카카오톡을 통해 교환된 정보의 모호성은 조직원들의 조직동일시에 부적인 영향을 미칠 것이다.

최근 조직에서의 컴퓨터 매개 커뮤니케이션에 대한 의존이 급격히 증가하면서, 조직원들은 보다 빠르고 즉시적이며 항시적인 커뮤니케이션을 일상적으로 경험하고 있다. 특히 이동전화의 발명은 조직원들 간의 커뮤니케이션을 지나치게 활성화시킴으로써 직장과 가정의 경계를 허물었으며, 이로 인해 일-삶의 균형(work-life balance)은 자주 무너지게 되었다(박상철·고준, 2014; 홍세일·김병수, 2017; Lee & Park, 2015; Stich et al., 2017; Wang et al., 2016). 스마트폰의 발명은 커뮤니케이션의 항시성을 극대화시키고 있으며, 조직원들은 조직생활과 개인생활 사이의 경계가 모호해짐을 겪는다. MIM의 경우 일반 이동전화와 다르게, 업무와 관련된 보다 실무적인 정보까지 전달함으로써 조직 커뮤니케이션의 범위를 개인적인 삶의 영역으로까지 확장하게 된다. 그러므로 MIM에 대한 지나친 의존에서 비롯된 이용 피로감은 커뮤니케이션의 비효율성을 의미하며, 이는 다양한 변인에 부정적인 영향을 미칠 수 있다. 따라

서 본 연구는 비효율적 커뮤니케이션이 조직동일시에 미치는 부정적인 효과를 고려하여, MIM이용 피로감이 조직동일시에 미치는 부정적인 효과에 대해 검증하고자 했다. 이에 더해, 기존 연구에서는 커뮤니케이션 과부하나 피로감은 직무에 대한 만족도를 감소시키는 주요 요인 중 하나임을 강조했다(Cho et al., 2011). 즉 지나치게 잦고 집중적인 커뮤니케이션은 조직원들로 하여금 직무 자체에 대해 피로감과 불만족을 느끼도록 유도한다. 따라서 본 연구에서는 다음에 제시되는 두 가설을 통해 카카오톡 이용 피로감이 조직동일시와 직무만족도에 미치는 부정적인 영향에 대해 검증하고자 한다.

가설 8: 카카오톡 이용 피로감은 조직원들의 조직동일시에 부적인 영향을 미칠 것이다.

가설 9: 카카오톡 이용 피로감은 조직원들의 직무만족도에 부적인 영향을 미칠 것이다.

3. 연구방법

1) 연구 참여자 및 자료수집

본 연구는 직장인들의 카카오톡 이용과 관련된 네 가지 요인이 조직동일시, 조직지원, 그리고 직무만족도에 미치는 직·간접적인 영향에 대해 분석해 보고자 했으며, 이를 위해 본 연구는 직장에서 카카오톡을 업무를 위해 사용하고 있는 직장인들로부터 온라인 설문을 비표준화 표집법 중 하나인 의도 표집법(purposeful sampling)을 통해 수집했다. 보다 많은 표본을 수집하기 위해 본 연구는 두 가지 방법으로 표본을 수집했다. 우선, 한국에서 가장 많은 리서치 패널을 소유한 리서치 회사를 통해 총 300명의 직장인을 대상으로 설문을 수집했다. 이에 더해, 보다 많은 표본을 확보하기 위해 연구자의 개인 네트워크를 사용하여 총 134명의 직장인들로부터 추가적인 설문을 수집했다. 표본의 남녀의 성비(남자: 53.5%, 여자: 46.5%)는 비슷한 수준을 보였다. 설문참여자의 연령을 살펴보면 40대(35.3%)와 30대(28.6%)가 상대적으로 많았으며, 20

대는 14.3%였으며, 50대 이상의 설문참여인은 21.9%였다. 대부분의 설문참여자는 사무직(61.6%)에 종사하고 있었으며, 전문직(15.7%), 경영인(9.9%), 서비스직(6.7%), 그리고 판매직(6%) 종사자가 설문에 참여했다.

2) 측정도구

본 연구에서는 카카오톡 이용과 관련된 네 가지 변인, 조직동일시, 조직지원, 그리고 직무만족도로 구성된 모델을 제시했으며, 모델에 포함된 모든 변인들은 리커트 타입의 5점 척도(1=전혀 동의하지 않는다, 5=매우 동의한다)를 통해 측정되었다. 모든 변인들은 복수의 항목으로 이루어졌으며, 각 변인의 항목 간 내적 신뢰도는 받아들여질 만한 수준이었다($\alpha > .70$).

카카오톡 의존도(KUI: KakaoTalk use intensity)는 엘리슨과 동료들(Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007)이 SNS 이용 수준을 측정하기 위해 개발한 여섯 가지 항목을 카카오톡 이용에 맞춰 수정하여 사용했다. 본 연구는 카카오톡 의존도를 측정하기 위해 직장 내에서 직장생활과 관련된 카카오톡 이용에 초점을 두고자 했으며, 이는 카카오톡이 직무수행이나 직장생활에서 차지하는 비중을 의미한다. 설문에 포함된 여섯 가지 항목은 다음과 같다: 1) 카카오톡은 내 직장생활의 일부라고 생각한다, 2) 카카오톡은 직장에서 내 하루 일과의 일부분을 차지하게 되었다, 3) 직장에서 한동안 카카오톡에 접속하지 않으면 최신 소식에 뒤처지고 있다는 생각이 든다, 4) 나는 직장에서 시간이 날 때 마다 카카오톡을 확인한다, 5) 나는 직장에서 카카오톡을 지속적으로 확인하지 않으면 불안함을 느낀다, 6) 나는 직장에서 카카오톡에 연결되어 있지 않으면 불안함을 느낀다. 이와 같은 여섯 가지 항목으로 이루어진 카카오톡 의존도의 신뢰도는 받아들여질 만한 수준이었다($M=2.74$, $SD=.92$, $\alpha=.89$)

카카오톡 정보의 업무 관련성(TRKI: task relevance of KakaoTalk information)은 카카오톡을 통해 공유되는 정보가 주어진 업무와 얼마나 관련이 있는가를 의미하며, 이를 측정하기 위해 네 가지 항목을 새롭게 개발했으며, 해당 항목은 다음과 같다: 1) 카카오톡을 이용해 얻는 업무관련 정보를 나 스스로 활용하는 것이 가능

하다, 2) 카카오톡을 통해 얻는 업무관련 정보는 나의 임무와 연관이 된다, 3) 카카오톡을 통해 얻는 업무관련 정보는 나에게 매우 적절한 편이다, 4) 일반적으로 카카오톡 소통 안에서 얻는 업무관련 정보는 나와 관련이 있는 편이다. 이러한 네 항목으로 이루어진 카카오톡 정보의 업무 관련성의 내적 일관성 신뢰도 수준은 적합했다($M=3.11$, $SD=.82$, $\alpha=.88$).

카카오톡 정보의 모호성(EKI: equivocality of KakaoTalk information)은 리와 동료들(Lee, Son, & Kim, 2016)이 SNS 정보의 모호성을 측정하기 위해 개발했던 네 가지 항목을 카카오톡 활용에 맞게 수정하여 사용했다. 이러한 항목은 카카오톡을 통해 주고받는 정보에 대해 이용자가 느낄 수 있는 불명확성 혹은 모호성의 정도를 의미하며, 해당 항목은 다음과 같다: 1) 카카오톡을 통해 전달받은 업무관련 정보는 여러 가지 의미로 해석이 될 수 있다고 본다, 2) 카카오톡을 통해 전달받은 업무관련 정보가 동일한 내용을 가지고 있다하더라도 하나 이상의 의미를 가지고 있는 것 같다, 3) 카카오톡을 통해 전달되는 업무 관련 정보는 전달받는 사람에 따라 다른 의미로 받아들일 수 있다, 4) 카카오톡을 통해 업무 정보를 주고받는 과정에서 정보의 의미가 왜곡되는 경우가 있다. 카카오톡 정보의 모호성은 적합한 수준의 내적 일관성 신뢰도를 보여줬다($M=3.29$, $SD=.79$, $\alpha=.87$).

카카오톡 이용 피로감(KUF: KakaoTalk use fatigue)은 카카오톡 이용자가 해당 MIM을 이용한 후 느낄 수 있는 정신적인 피로감을 의미하고, 이를 측정하기 위해 리와 동료들(Lee et al., 2016)이 SNS 이용 피로감을 측정하기 위해 개발했던 다섯 가지 항목을 본 연구에 맞게 수정하여 사용했으며, 다섯 항목은 다음과 같다 : 1) 카카오톡을 업무용으로 사용함으로써 더 피로감을 느끼는 것 같다, 2) 카카오톡을 업무를 위해 지속적으로 이용한 후에는 긴장감을 조절하기가 어렵다, 3) 카카오톡으로 업무관련 대화를 마친 후에는 많은 피로감을 느낀다, 4) 카카오톡을 업무를 위해 사용한 후에는 현실공간의 시간에 집중하기 위해 노력하는 편이다, 5) 카카오톡 업무를 위해 적극적으로 사용할 때 피로감을 더 잘 느낀다. 카카오톡을 이용 피로감 또한 적합한 수준의 내적 일관성 신뢰

도를 보여줬다($M=3.09$, $SD=.88$, $\alpha=.89$).

조직동일시(OI: organizational identification)는 조직과 조직구성원 사이의 다차원적인 일치도를 의미하며, 조직과의 높은 일치도로 인해 조직의 일을 본인 스스로의 일처럼 간주하는 경향성을 의미한다. 측정하기 위해 체니(Cheney, 1987)가 개발한 조직동일시 척도(OIQ: organizational identification questionnaire)에 포함된 다섯 항목을 활용했고, 다음의 내용이 설문에 포함되었다: 1) 누군가가 나의 조직을 비난하면 개인적 모욕감을 느낀다, 2) 나는 다른 사람이 내가 속한 조직에 대해 어떻게 생각하는지 관심이 많다, 3) 나는 내가 속한 조직에 대해 말할 때 ‘우리’라는 표현(우리회사)을 사용한다, 4) 나는 내가 속한 조직이 잘 되는 것은 내가 곧 잘 되는 것이라고 생각한다, 5) 나는 누군가가 내가 속한 조직을 칭찬하면 개인적으로 칭찬을 받는 것처럼 기분이 좋다. 위의 다섯 항목으로 이루어진 조직 동일시의 내적 일관성 신뢰도는 적합했다($M=3.47$, $SD=0.72$, $\alpha=.85$).

조직지원(OS: organizational support)은 조직원이 조직의 구성원들로부터 받을 수 있는 정신적인 지지도를 의미하며, 본 연구에서는 레이와 밀러(Ray & Miller, 1991)가 개발한 총 네 가지 항목을 통해 측정하고자 했으며, 동료(OSCOL: organizational support from colleagues)와 조직리더(OSL: organizational support from leader)로 구분해서 측정했다. 우선, 리더로부터의 조직지원은 다음의 네 항목을 통해 측정했다: 1) 나의 리더는 나와 소통할 때에 내 이야기를 기꺼이 들어주는 편이다, 2) 나의 리더는 나의 의견에 주의를 기울이는 편이다, 3) 나의 리더는 그가 이끄는 직원보다 외부인들을 지지하는 편이다(역코딩), 4) 다른 부서 혹은 고객 등 외부인과 갈등이 있을 때 나의 리더는 내게 필요한 지원을 해주는 편이다. 리더로부터의 조직지원의 내적 일관성을 검토하는 과정에서 역코딩 된 세 번째 항목으로 인해 신뢰도가 적합하지 않은 수준으로 감소했기 때문에 해당 항목은 최종적으로 분석에서 제외되었고, 따라서 세 가지 항목으로 이루어진 변인의 신뢰도는 적합한 수준을 보였다($M=3.45$, $SD=.87$, $\alpha=.88$). 다음으로 동료로부터의 조직지원은 또한 다음의 네 가지 항목을 통해서 측정했다: 1) 내가 다른 누군가와 정말 대화가 필요할 때 나의 동료들은 내 이야기를 들어주

는 편이다, 2) 나의 동료들은 내가 말하고자 하는 것에 집중하는 편이다, 3) 나의 동료들은 외부의 다른 사람에게 대응을 할 때에 서로를 위해주는 편이다, 4) 나의 동료들은 업무적으로 내가 어려움에 처할 때 도움을 주려고 노력한다. 이에 대한 내적 일관성 신뢰도는 적합했다($M=3.74$, $SD=.69$, $\alpha=.88$).

직무만족도(JS: job satisfaction)는 조직원이 재직중인 조직에서 주로 맡고 있는 직무나 직업적 임무에 대한 일반적인 만족도를 의미하며, 본 연구에서는 스미스와 동료들(Smith, Kendall, & Hulin, 1969)이 제시한 직무만족도 측정 도구의 하위변인 중에서 '직장'에 대한 만족도를 측정하는 네 항목을 통해 측정되었다. 설문에 최종적으로 포함된 항목은 다음과 같다: 1) 대체적으로 나는 현재 나의 직업에 만족을 느낀다, 2) 대체적으로 나는 현재 직장에서 맡고 있는 직무가 좋다, 3) 대체적으로 나는 현재 나의 직업을 좋아한다, 4) 대체적으로 나는 현재 직장에서 주어진 업무에 만족한다. 직무만족도에 대한 내적 일관성 신뢰도는 적합했다($M=3.51$, $SD=.80$, $\alpha=.90$).

이처럼 총 여덟 가지 변인에 대한 내적 일관성 신뢰도는 적합한 수준이었으며, 본 연구는 해당 변인들의 측정타당도를 검토하기 위해 확인적 요인분석(CFA: confirmatory factor analysis)을 실시했다. 후와 벤틀러(Hu & Bentler, 1999)의 가이드라인에 기반하여, 본 연구에서는 세 가지 모델 적합도 지수에 대해 검토했다(CFI: comparative fit index, IFI: infinite fit index, SRMR: standardized root mean squared error). 확인적 요인분석의 결과($\chi^2(df=532)=1218.8$, CFI=.93, IFI=.93, SRMR=.05)는 여덟 가지 요인으로 구성된 모델의 적합성을 지지했다. <표 1>은 여덟 가지의 주요 변인들 간의 이변량 상관분석의 결과를 보여준다. <표 1>에서 보여주듯이, 각 요인에 대한 AVE값과 개념신뢰도의 값을 살펴보면, 요인들에 대한 집중타당도가 확보되었음을 확인할 수 있었다. 이에 더해, 판별타당도를 측정하기 위해 각 요인간의 상관관계 값의 제곱이 AVE값과의 차이를 살펴보았으며, 모든 제곱값은 AVE값보다 작음을 확인할 수 있었다.

표 1. 주요 변인들 간의 상관관계 분석 결과

	1	2	3	4	5	6	7	AVE	개념 신뢰도
1 카카오톡 의존도	1							.59	.87
2 카카오톡 정보의 업무연관성	.51***	1						.71	.89
3 카카오톡 정보의 모호성	.42***	.44***	1					.70	.88
4 카카오톡 이용 피로감	.30***	0.03	.27***	1				.89	.67
5 조직동일시	.13**	.24***	0.08	-.15**	1			.87	.66
6 리더로부터의 조직지원	0.02	.19***	-0.02	-.16***	.61***	1		.9	.78
7 동료로부터의 조직지원	0.04	.18***	.12*	-0.08	.60***	.47***	1	.92	.79
8 직무만족도	-0.03	.13**	0.03	-.22***	.54***	.39***	.46***	.92	.77

Note: *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

4. 연구결과

여덟 가지 주요 변인들 간의 관계를 바탕으로 설정된 복수의 가설을 검증하기 위해, 본 연구는 구조방정식의 한 형식인 경로분석을 실시했다. 확인적 요인분석과 마찬가지로, 세 가지 모델 적합도 지수(CFI, IFI, SRMR)를 검토했다. 경로분석 결과를 살펴보면, 세 가지 모델 적합도 지수가 모두 적합한 수준이었음을 확인할 수 있었다($\chi^2(df=13)=90.7$, CFI=.92, IFI=.92, SRMR=.05). <그림 1>에서 보여주듯이, 두 가지 경로(카카오톡 의존도=>조직동일시, 카카오톡 정보의 모호성=>조직동일시)를 제외한 모든 경로는 통계적으로 유의미함을 확인할 수 있었다.

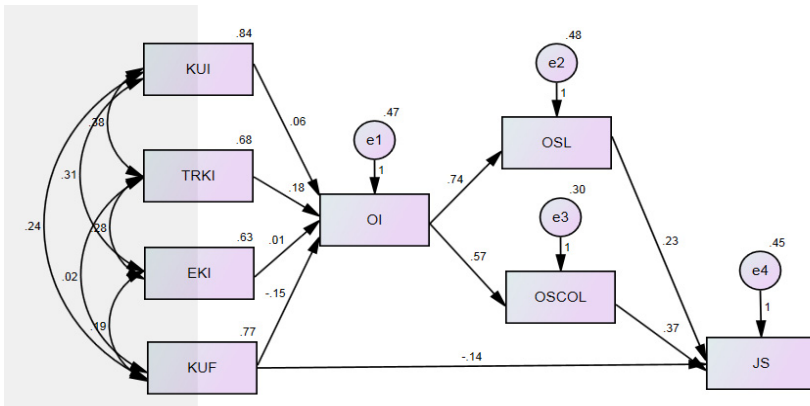
카카오톡 이용이 직원들의 조직동일시와 직무만족도에 미치는 효과를 검증하기에 앞서, 기존의 연구를 바탕으로 조직동일시가 두 가지 차원의 조직지원에 미치는 영향에 대한 가설을 설정했다. 경로분석의 결과를 살펴보면 조직동일시는 리더로부터의 조직지원에 통계적으로 정적이며 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며($\beta=.737$, $p < .001$), 이는 동료로부터의 조직지원에서도

($\beta=.574, p<.001$) 유의미하게 나타났다. 따라서 <가설 1>과 <가설 2>는 채택되었음을 확인할 수 있었다. 조직동일시는 리더로부터의 조직지원 분산의 36.9%를 설명했으며, 35.9%의 동료로부터의 조직지원 분산이 조직동일시로 설명되었다.

다음으로, <가설 3>과 <가설 4>는 두 차원에 있어서의 조직지원이 직무만족도에 정적인 영향을 미칠 것으로 추정했다. 경로분석결과를 살펴보면, 리더로부터의 조직지원과($\beta=.229, p<.001$) 동료로부터의 조직지원($\beta=.367, p<.001$) 모두 직무만족도에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

나머지 가설들은 조직 내에서의 카카오톡 이용과 관련된 네 가지 변인들이 조직동일시나 직무만족도에 미치는 직·간접적 효과에 대해 추정했다. 효율적인 커뮤니케이션이 조직동일시에 미치는 긍정적인 효과와 카카오톡에 대한 의존성을 고려하여, 본 연구는 카카오톡 의존도가 조직동일시에 미치는 정적인 효과에 대해 <가설 5>를 설정했다. 하지만, 분석 결과를 살펴보면, 카카오톡 이용수준은 조직동일시에 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다 ($\beta=.064, p=.153$). 따라서 <가설 5>는 기각되었다.

그림 1. 경로분석 결과



[참고] KUI: 카카오톡 의존도, TRKI: 카카오톡 정보의 업무 연관성, EKI: 카카오톡 정보의 모호성, KUF: 카카오톡 이용 피로감, OI: 조직동일시, OSL: 리더로부터의 조직 지원, OSCOL: 동료로부터의 조직 지원, JS: 직무만족도

카카오톡을 통해 교환되는 정보의 질적 요소와 관련되어, <가설 6>은 카카오톡 정보의 업무 연관성이 조직동일시에 미치는 정적인 효과를 가정한 반면, <가설 7>은 카카오톡 정보의 모호성이 조직동일시에 미치는 부적인 효과를 가정했다. 경로분석 결과는 카카오톡 정보의 업무 연관성은 통계적으로 유의미한 수준에서 조직동일시에 정적인 영향을 미쳤으나($\beta=.178, p<.001$) 카카오톡 정보의 모호성은 조직동일시에 유의미한 영향을 미치지 못했다($\beta=.007, p=.891$). 따라서 <가설 6>은 채택되었으나, <가설 7>은 기각되었다.

현대 조직에서 새롭게 대두되고 있는 테크노스트레스의 개념에 기반하여, 본 연구는 카카오톡 이용 피로감이 조직동일시와 직무만족도에 미치는 부적인 효과에 대해 가설을 설정했다. <가설 8>은 카카오톡 이용 피로감이 조직동일시에 미치는 부적 효과를 예상했으며, 분석결과는 카카오톡 이용 피로감의 유의미한 부적 효과($\beta=-.152, p<.001$)를 지지했으며 이는 <가설 8>이 채택되었음을 의미한다. 또한 <가설 9>는 카카오톡 이용 피로감이 직무만족도에 미치는 부적인 효과를 예상했고, 경로분석 결과는 이를 지지했다($\beta=-.137, p<.001$). 이러한 일련의 결과를 종합했을 때, 카카오톡 이용과 관련된 네 가지 변인들은 조직동일시 분산의 8.9%를 설명하는 것으로 나타났으며, 27.4%의 직무만족도 분산은 두 가지 차원의 조직지원과 카카오톡 이용 피로감에 의해 설명되는 것으로 나타났다.

이에 더해, 주요 변인들의 간접효과를 분석하기 위해 부트스트래핑(500회 전, 95% 신뢰구간)을 실시했다. 우선, 조직동일시가 두 가지 차원의 조직지원을 통해 직무만족도에 이르는 간접효과(하한: $\beta=.293$, 상한: $\beta=.456$)는 통계적으로 유의미했다($p=.004$). 다음으로, 카카오톡 이용과 관련된 네 가지 변인 중에서 '카카오톡 의존도'와 '카카오톡 정보의 모호성'은 조직지원이나 직무만족도에 유의미한 수준에서의 간접 효과를 보이지 않았다. 하지만, 카카오톡 정보의 직무 연관성은 리더로부터의 조직지원(하한: $\beta=.05$, 상한: $\beta=.22, p=.004$), 동료로부터의 조직지원(하한: $\beta=.04$, 상한: $\beta=.169, p=.004$), 그리고 직무만족도(하한: $\beta=.02$, 상한: $\beta=.117, p=.004$)에 유의미한 수준에서

간접적으로 영향을 미쳤다. 마지막으로, 카카오톡 이용 피로감 또한 리더로부터의 조직지원(하한: $\beta = -.182$, 상한: $\beta = -.043$, $p = .005$), 동료로부터의 조직지원(하한: $\beta = -.145$, 상한: $\beta = -.033$, $p = .004$), 그리고 직무만족도(하한: $\beta = -.093$, 상한: $\beta = -.022$, $p = .004$)에 부적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

5. 논의

본 연구는 카카오톡으로 대표되는 모바일 인스턴트 메시징 서비스의 활용이 극대화되고 있는 현대 조직에서, 카카오톡 활용과 관련된 여러 변인들이 조직동일시, 조직지원, 그리고 직무만족도에 미치는 영향에 대한 연구모형을 제시하고 이를 실증적으로 검증해보고자 했다. 경로분석 결과가 보여주듯이, 조직동일시-조직지원-직무만족도 사이의 관계에 대한 가설들은 강하게 지지되었으며, 이러한 결과는 기존의 연구에서 제시하는 모델들에 대한 연구결과와 유사하다. 즉 조직생활과 관련된 주요 변인들의 강한 상관관계는 본 연구에서도 재확인될 수 있었다. 이에 더해, 본 연구는 기존 연구를 확장하기 위해 카카오톡 이용과 관련된 네 가지 변인을 설정하고 이러한 변인들이 조직동일시와 조직지원 그리고 궁극적으로는 직무만족도에 미치는 직·간접적 영향에 대해 분석하고자 했다. 주요 연구결과 중에서 다음과 같은 연구결과는 보다 주목할 만하다.

우선, 카카오톡 정보의 업무 관련성은 조직동일시에 정적인 영향을 미쳤고, 이는 카카오톡을 통해 교환되는 정보가 업무와 관련이 깊을수록 조직동일시가 높아졌음을 의미한다. 앞서 언급되었듯이, 수집된 정보의 상대적으로 높은 질적 수준은 보다 원활한 커뮤니케이션을 의미하고, 이는 결국 조직동일시에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 따라서 본 연구의 연구결과는 카카오톡을 통해 교환되는 정보의 질적 수준의 중요성을 재확인시켜준다고 볼 수 있다. 특히 사적인 대화와 공적인 업무 지시가 혼재되어 공·사적 공간의 구분을 어렵게 하는

MIM이라는 커뮤니케이션 채널에서, 업무관련성이 상대적으로 적은 정보의 교환은 조직동일시를 감소시키고 궁극적으로는 직무만족도 또한 저하시킬 수 있다. 조직원들 사이에서 업무 외적인 차원에서의 비공식적인 소통을 위한 MIM의 적절한 활용은 조직원들 간의 관계를 향상시키는데 일정 부분 도움을 줄 수 있으나, 직장에서의 비업무적인 MIM 활용은 조직원들에게 있어서 예상치 못했던 추가적인 커뮤니케이션으로 간주될 여지가 높다. 다시 말해, MIM의 활용이 업무와 관련된다면, MIM 활용 정도가 예상보다 높더라도 조직원들로부터 받아들여질 수 있으나, MIM 활용과 업무와의 연관성이 적을 경우에는 활용 정도가 예상치를 조금만 넘더라도 조직원에게는 스트레스 요인으로 작동될 수 있다. 따라서 조직생활을 개선하고 조직원의 삶의 질을 고양하기 위해서는 직장 내에서의 카카오톡 활용이 업무와 보다 직접적으로 관련될 수 있도록 조직적 차원에서의 규범이나 문화가 형성될 필요가 있다.

다음으로, 본 연구는 카카오톡 이용 피로감이 조직생활의 두 가지 주요변인-조직동일시와 직무만족도-에 부적인 영향을 미치고 있음을 확인했다. 앞서 언급되었듯이, 현재 한국 조직의 카카오톡에 대한 의존은 ‘과잉’ 의존에 이를 정도로 지나친 경우가 많고, 많은 연구자들이 이러한 과잉의존으로 인한 부정적인 효과에 대해 비판해 왔다. 특히 업무시간이 종료되고 난 후에도 업무를 마치지 못하는 역설적 현상이 자주 발생되고 있으며, 커뮤니케이션 기술에 대한 수용의도가 낮거나 해당 기술에 대해 거부감이 있는 조직원들은 보다 가중된 불안감과 스트레스를 경험하게 된다(오성탁·박상철, 2014). 이러한 조직원의 삶에 대한 부정적인 효과에 주목하여, 심지어는 정부에서도 업무시간 이후의 카카오톡의 조직적 활용을 정책적으로 제한하는 방법을 논의하기에 이르렀다. 예를 들어, 국회에서는 “근로기준법 일부개정 법률안, 일명 ‘퇴근 후 카카오톡 금지법’”이 추진된 바 있다. 기업 차원에서도 카카오톡 이용에 제한을 두는 방법을 고려하는 기업들이 늘고 있으며, 2016년 LG 유플러스는 ‘야밤 업무 카톡 금지’ 정책을 도입한 바가 있다. 하지만 이러한 조직적 그리고 정책적인 움직임에도 불구하고 이승길과 이주호(2016)의 주장처럼, 현대 조직은 이미 첨

단정보나 통신기술의 발전으로 인해 카카오톡과 같은 컴퓨터 매개 커뮤니케이션에 절대적으로 의존하기 때문에 직장과 가정, 일과 삶을 뚜렷하게 구분하기 어려운 상황이다. 따라서 본 연구의 연구결과를 고려하여, 조직의 운영자들은 조직에서의 카카오톡 이용 피로감에 대해 지속적으로 모니터링함으로써 피로감을 최소화할 수 있는 제도적 장치를 마련할 필요가 있다.

이와 관련하여, 조직원들의 소셜 미디어 활용에 대한 규정을 문서화하는 조직의 사례를 참고할 필요가 있다. 조직원들의 조직 내·외적 수준에서의 소셜 미디어 활용이 지속적으로 증가함에 따라서, 여러 사·공기업들은 조직원들의 소셜 미디어 이용에 대한 구체적인 가이드라인을 마련하고 있다(Bertot, Jaeger, & Hansen, 2012). 예를 들어, 델(Dell)은 소셜 미디어 상에서 특정 기술에 대한 의견을 제시할 경우 ‘개인적’인 의견임을 분명하게 밝힐 것을 명시하고 있다. 이처럼 다양한 뉴미디어의 이용이 조직의 경계를 넘나드는 상황에서 조직은 미디어 활용에 대한 구체적인 규정을 마련하여 문서화하고 있으며, 이는 MIM에도 적용될 수 있다. 즉 조직이 업무와 직접적으로 관련된 MIM의 활용을 업무시간 내로 최대한 제한하는 문서화된 자체 규정을 마련함으로써 MIM의 부정적 활용을 방지할 필요가 있다.

카카오톡 이용과 관련된 위의 두 가지 변인들의 조직동일시에 대한 효과는 통계적으로 유의미했으나, 카카오톡 의존도와 카카오톡 정보의 모호성의 효과는 통계적으로 유의미하지 않았다. 우선 카카오톡 의존도는 다른 변인들에 비해 측정치가 상대적으로 낮은 편($M=2.74$)이었음을 주목할 필요가 있다. 즉 카카오톡을 조직생활의 아주 중요한 일부라고 생각하거나 조직 내에서의 카카오톡 이용 단절이 큰 의미를 갖는 응답자들의 비중이 상대적으로 적음을 의미한다. 이는 조직 내에서 카카오톡이 가치 중심으로 활용되어 조직원들 간의 관계 맺음에 도움을 주고 궁극적으로는 조직에 대한 가치를 고양하기 보다는, 업무수행을 위한 도구적 목적으로 편중되어 활용되고 있음을 보여준다. 따라서 조직동일시가 다양한 조직변인들에 대해 미치는 높은 정적인 효과를 감안할 때, 조직 운영자들은 카카오톡을 단순히 임무완수를 위한 도구적 수단으로 다

루어서는 안 되며 카카오톡을 관계 지향적으로도 활용할 필요가 있다.

카카오톡 정보의 모호성이 유효하지 않은 효과 또한 카카오톡을 통한 정보 전달의 비정상성을 보여준다. 전략적 불확실성(strategic ambiguity)을 의도적으로 추구할 경우가 아닌 일반적인 상황에서는, 정보의 모호성은 정보전달자와 수령자 사이의 원활하지 못한 커뮤니케이션을 의미하고 이는 결국 상대적으로 낮은 조직동일시와 직결된다. 하지만, 본 연구에서는 전략적 모호성이 전제되지 않은 일상적인 조직생활과 관련하여, 카카오톡 정보의 모호성이 조직동일시에 유의미한 영향을 미치지 못했다. 이에 대해서는 여러 해석이 가능하지만, 이러한 결과는 카카오톡 정보의 모호성이 일상화되었기 때문에 발생했을 가능성이 높다. 다시 말해, 카카오톡을 통해 항시적으로 지나치게 많은 정보를 받고, 이렇게 과부하 된 정보로 인해 유발되는 모호성이 지속적으로 반복되어 이미 일상화되었다면, 카카오톡 정보의 모호성이 직원들에게 미치는 효과는 감소했을 수 있다. 즉 직원들이 카카오톡이라는 특정 채널이 발생시키는 모호성에 반복적으로 노출되어 모호성 자체를 비정상적으로 인지하지 않는 상황이 발생했다면, 카카오톡 정보의 모호성의 유의미하지 않은 효과가 설명된다. 그럼에도 불구하고, 정보의 모호성이 갖는 근본적인 문제점은 해결될 필요가 있으므로, 텍스트 기반의 카카오톡이 갖는 상대적으로 낮은 매체 풍요도를 고려하여 보다 다양한 채널을 적극적으로 활용하여 정보의 정확도를 높일 필요가 있다. 예를 들어, 카카오톡에 지나치게 의존하게 되면서 면대면 미팅이 상대적으로 감소하게 되었지만, 감정 및 감성적 요소까지 전달할 수 있는 면대면 커뮤니케이션이 갖는 높은 매체 풍요도는 대체될 수 없기 때문에, 카카오톡과 면대면 미팅을 보완적으로 사용할 필요가 있다.

본 연구의 가장 큰 함의는 카카오톡이라는 지배적인 모바일 인스턴트 메시징 서비스가 현대 조직 생활에 미치는 영향에 대한 실증적인 모델을 제시한다는 점이다. 특히 카카오톡의 조직적 활용의 커뮤니케이션 측면을 강조하는 연구가 적다는 점을 감안했을 때, 본 연구의 연구모델과 연구결과는 MIM에 대한 조직연구를 커뮤니케이션 영역으로 보다 확장하는데 기여할 수 있다. 게다가

실천적인 측면에서 볼 때, 본 연구는 카카오톡의 과도한 활용이 주요 조직변인에 부적인 영향을 미칠 수 있음을 실증적으로 검증함으로써, 조직들로 하여금 카카오톡 활용에 대해 보다 많은 주의를 기울일 필요가 있음을 보여준다. 본 연구의 연구결과를 종합해 보면, 조직은 업무와 관련된 정보 위주로 카카오톡을 이용하되 지나치게 도구적으로 활용해서는 안 되며, 카카오톡과 면대면 커뮤니케이션의 보완적 활용을 강화할 필요가 있다.

6. 연구의 제한점 및 제언

이처럼 본 연구는 카카오톡 활용이 현대 조직생활의 주요 변인에 미치는 효과에 대해 분석했다. 본 연구의 연구결과는 다음과 같은 후속연구를 통해 확장될 필요가 있다. 첫째, 카카오톡이 심각할 정도로 많이 사용됨에도 불구하고, 모바일 커뮤니케이션이 지속적으로 확정되고 있는 현대 조직에서는 근무시간 이외에도 업무를 계속 진행할 수밖에 없는 상황이 발생되고 있다. 이로 인해 발생하는 삶의 질의 저하는 이제 국가적인 이슈로 간주되고 있으며, 앞서 언급했듯이 ‘연결되지 않을 권리’를 내세우는 카톡금지법이 발의되기까지 했다. 하지만 스마트기기 활용을 법적으로 제한하는 것이 적절한가에 대한 기준이 명확하지 않으며, 근로 기준법에는 업무시간 외에 스마트폰을 이용한 노동과 관련된 규정이 따로 마련되어 있지 않아 해당 법안 자체가 법적 다양한 쟁점으로 인해 크게 주목을 받고 있지 못하는 현실이다(구본권, 2017, 1, 9). 따라서 후속연구는 카카오톡 활용과 관련된 정책 시스템 구축과 관련된 주제를 보다 심층적으로 분석할 필요가 있다.

다음으로, 후속연구는 조직 내 커뮤니케이션과 관련된 여러 환경적이고 맥락적인 요인의 조절 효과에 대해서 분석할 필요가 있다. 특히 조직문화는 조직 내 커뮤니케이션 스타일과 주요 조직 변인에 큰 영향을 미치는 주요 환경적 요인으로 볼 수 있다. 예를 들어, 쌍방향적인 개방된 커뮤니케이션을 지향하는

조직(예. IT 개발사)과 보다 폐쇄적이고 일방향적인 커뮤니케이션을 지향하는 조직(예. 관공서)은 커뮤니케이션에 대한 규범이나 가치가 서로 다르며, 이는 결국 조직문화라는 비정형적 형태의 변인으로 각 조직에 영향을 미칠 수 있다. 따라서 후속 연구는 조직문화의 여러 하위변인을 측정하고 각 변인들이 카카오톡 이용과 다른 주요 조직변인들 간의 관계에 미치는 조절효과를 분석할 필요가 있다. 이와 더불어 맥락적인 요인 중 하나로 조직의 유형에 대한 추가 분석이 요구된다. 조직 유형은 조직문화를 비롯한 다양한 조직 차원의 변인과 직접적으로 연관되어 있기 때문에 이에 대해 보다 세부적인 조직유형으로 구분하고 이러한 유형에 따라 카카오톡 활용이 조직변인에 미칠 수 있는 영향에 대해 분석할 필요가 있다.

본 연구에서는 직장 내에서 카카오톡의 활용이 조직동일시와 궁극적으로는 직무만족도에 미치는 효과에 대해 주목했다. 그러나 조직동일시는 여러 세부적인 차원에 있어서의 만족도와 직접적으로 연관되어 있다. 즉 조직원들은 조직생활을 통해 ‘직무’, ‘직업’, ‘직장’, ‘동료’ 등 많은 세부적인 부분에 대해 만족을 경험하게 된다. 이에 더해, 조직동일시는 여러 주요 조직변인(예. 조직몰입도, 조직충성도 등)과도 직접적으로 연관되어 있다. 여기서 주목해야 할 점은 직장에서의 카카오톡 활용 방식(공식/비공식)에 따라서 카카오톡 활용이 여러 조직관련 변인들과 차별적인 관계를 가질 수 있다는 것이다. 공식적이고 정보지향적인 카카오톡 활용은 조직성과나 직무 혹은 업무만족도와 같은 변인들과 유의미하게 연결될 것이며, 비공식적이고 관계지향적인 카카오톡 활용은 조직몰입이나 직장만족도와 직접적으로 관계될 것이다. 따라서 후속연구에서는 카카오톡의 활용방식과 보다 다양한 조직변인들 간의 관계를 면밀하게 분석할 필요가 있다.

참고문헌

- 구본권 (2017, 1, 9). ‘연결되지 않을 권리’는 프랑스보다 한국이 시급. <한겨레신문>. URL: <https://goo.gl/DTRbKk>
- 구진정·이두희·임승희 (2012). SNS 이용자의 심리적 특성이 SNS상의 생산과 수용 행동에 미치는 영향에 관한 연구. <상품학연구>, 30권 5호, 1-14.
- 김수연 (2017, 11, 21). 카톡, 메신저 점유율 95% ‘압도적’... 페이스북 겨우 2%. 메신저앱 중 이용자 수·시간 1위. <디지털 타임스>. URL: <https://goo.gl/7ykdmc>
- 김진욱·류가영·배기영·황나영·김효선 (2012, 1월). <사용자는 왜 특정 모바일 인스턴트 메신저를 사용하는가?-카카오톡 사례를 중심으로>. 한국HCI 학술대회. 강원: 알펜시아 컨벤션센터.
- 김현주 (2016, 6, 28). 퇴근 후 업무 카톡 금지에 “입법 필요” vs “현실 몰라”. <서울신문>. URL: <https://goo.gl/LjQgfd>
- 박상철·고준 (2014). 조직 내 스마트 기기 활용이 과연 삶의 질을 높이는가?: 테크노스트레스 조절효과와 업무-가정생활간의 균형 매개효과를 중심으로. <경영학연구>, 43권 5호, 1707-1733.
- 박재춘 (2017). 직무요구와 생활만족 관계에서의 퇴근 후 모바일기기 업무사용과 일-가정 갈등의 다중매개역할. <노동정책연구>, 17권 4호, 55-82.
- 오성탁·박상철 (2014). SNS 업무활용 문화의 순기능과 역기능에 관한 연구. <문화산업연구>, 14권 3호, 37-48.
- 이경희·김기선 (2015). <스마트기기 사용이 근로자의 일과 삶에 미치는 영향>. 한국노동연구보고서, KLI-2015-02. URL: <https://goo.gl/YTVwyB>
- 이승길·이주호 (2016). 스마트기기를 활용한 근로와 근로시간의 쟁점 및 개선방안-퇴근 후 카톡금지법을 중심으로. <노동법논총>, 38, 145-180.
- 이종만 (2013). 업무 중 비공식적 커뮤니케이션의 워터쿨러 효과-스마트폰 사용자의 카카오톡을 중심으로. <한국콘텐츠학회논문지>, 13권 3호, 362-369.
- 최동훈 (2018, 1, 9). 카카오톡 ‘생활 만능 플랫폼’으로 진화할까. <컨슈머타임스>. URL: <https://goo.gl/Zdf7qw>
- 홍세일·김병수 (2017). 조직 내에서 테크노스트레스에 영향을 미치는 요인 및 테크노스트레스가 조직 내 스마트 기기 활용에 미치는 영향. <Information Systems Review>, 19권 1호, 49-74.

- Bartels, J., Pruyn, A., de Jong, M., & Joustra, I. (2007). Multiple organizational identification levels and the impact of perceived external prestige and communication climate. *Journal of Organizational Behavior*, *28*, 173-190.
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Hansen, D. (2012). The impact of polices on government social media usage: Issues, challenges, and recommendations. *Government Information Quarterly*, *29*, 30-40.
- Bobbio, A., Bellan, M., & Manganelli, A. M. (2012). Empowering leadership, perceived organizational support, trust, and job burnout for nurses: A study in an Italian general hospital. *Health Care Management Review*, *37*, 77-87.
- Chaput, M., Brummans, B. H. J. M., & Cooren, F. (2011). The role of organizational identification in the communicative constitution of an organization: A study of consubstantialization in a young political party. *Management Communication Quarterly*, *25*, 252-282.
- Cheney, G. (1983). On the various and changing meanings of organizational membership: A field study of organizational identification. *Communication Monographs*, *50*, 342-362.
- Cheney, G., & Tompkins, P. K. (1987). Coming to terms with organizational identification and commitment. *Central States Speech Journal*, *38*, 1-15.
- Cho, J., Ramgolam, D. I., Schaefer, K. M., & Sandlin, A. N. (2011). The rate and delay in overload: An investigation of communication overload and channel synchronicity on identification and job satisfaction. *Journal of Applied Communication Research*, *39*, 38-54.
- Daft, R. L., Lengel, R. H., & Trevino, L. K. (1987). Message equivocality, media selection, and manager performance: Implications for information systems. *MIS Quarterly*, *11*, 355-366.
- Dennis, A. R., & Kinney, S. T. (1998, May). Testing media richness theory in the newmedia: The effect of cues, feedback and task equivocality. *Information Systems Research*, *9*, 30-33.

- Edwards, M. R., & Peccei, R. (2010). Perceived organizational support, organizational identification, and employee outcomes: Testing a simultaneous multifoci model. *Journal of Personnel Psychology, 9*, 17–26.
- Eisenberger, R., Cummings, J., Armeli, S., & Lynch, P. (1997). Perceived organizational support, discretionary treatment, and job satisfaction. *Journal of Applied Psychology, 82*, 812–820.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “Friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer–Mediated Communication, 12*, 1143–1168.
- Gerstner, C. R., & Day, D. V. (1997). Meta-analytic review of leader–member exchange theory: Correlates and construct issues. *Journal of Applied Psychology, 82*, 827–844.
- Graen, G. B., & Uhl–Bien, M. (1995). Relationship–based approach to leadership: Development of leader–member exchange (LMX) theory of leadership over 25 years: Applying a multi–level multi–domain perspective. *The Leadership Quarterly, 6*, 219–247.
- Haslam, S. A., O’Brien, A., Jetten, J., Vormedal, K., & Penna, S. (2005). Taking the strain: Social identity, social support, and the experience of stress. *British Journal of Social Psychology, 44*, 355–370.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling, 6*, 1–55.
- Jamal, M. (1990). Relationship of job stress and type–A behavior to employees’ job satisfaction, organizational commitment, psychosomatic health problems, and turnover motivation. *Human Relations, 43*, 727–738.
- Jawahar, I. M., Stone, T. H., & Kisamore, J. L. (2007). Role conflict and burnout: The direct and moderating effects of political skill and perceived organizational support on burnout dimensions. *International Journal of Stress Management, 14*, 142–159.

- Klassen, R. M., & Chiu, M. M. (2010). Effects of teachers' self-efficacy and job satisfaction: Teacher gender, years of experience, and job stress. *Journal of Educational Psychology, 102*, 741-756.
- Lee, E.-S., Park, T.-Y., & Koo, B. (2015). Identifying organizational identification as a basis for attitudes and behaviors: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin, 141*, 1049-1080.
- Lee, J. (2012). The effect of personal communication activities using smart phone instant messenger on job performance. *Journal of Internet Computing and Services, 13*, 17-24.
- Lee, J., & Park, T. (2015). The effect of technostress on counterproductive work behavior. *Journal of the Korea Society of IT Services, 14*(4), 1-14.
- Lee, A. R., Son, S.-M., & Kim, K. K. (2016). Information and communication technology overload and social networking service fatigue: A stress perspective. *Computers in Human Behavior, 55*, 51-61.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior, 13*, 103-123.
- Miao, R. (2011). Perceived organizational support, job satisfaction, task performance and organizational citizenship behavior in China. *Journal of Behavioral and Applied Management, 12*, 105-127.
- Preuss, G. A. (2003). High performance work systems and organizational outcomes: The mediating role of information quality. *ILR Review, 56*, 590-605.
- Ray, E. B., & Miller, K. I. (1994). Social support, home/work stress, and burnout: Who can help? *The Journal of Applied Behavioral Science, 30*, 357-373.
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: a meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior, 66*, 358-384.
- Scott, C. R. (1997). Identification with multiple targets in a geographically dispersed organization. *Management Communication Quarterly, 10*, 491-522.

- Sheer, V. C., & Rice, R. E. (2017). Mobile instant messaging use and social capital: Direct and indirect associations with employee outcomes. *Information & Management*, 54, 90–102.
- Shen, Y., Jackson, T., Ding, C., Yuan, D., Zhao, L., Dou, Y., & Zhang, Q. (2014). Linking perceived organizational support with employee work outcomes in a Chinese context: Organizational identification as a mediator. *European Management Journal*, 32, 406–412.
- Sluss, D. M., Klimchak, M., & Holmes, J. J. (2008). Perceived organizational support as a mediator between relational exchange and organizational identification. *Journal of Vocational Behavior*, 73, 457–464.
- Smidts, A., Pruyn, A., & Van Riel, C. B. M. (2001). The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification. *Academy of Management Journal*, 44, 1051–1062.
- Smith, P. C., Kendall, L. M., & Hulin, C. L. (1969). *The measurement of satisfaction in work and retirement*. Chicago: Rand McNally.
- Stephens, K., K., & Dailey, S. L. (2012). Situated organizational identification in newcomers: Impacts of preentry organizational exposure. *Management Communication Quarterly*, 26, 404–422.
- Stich, J., Tarafdar, M., Cooper, C. L., & Stacey, P. (2017). Workplace stress from actual and desired computer-mediated communication use: a multi-method study. *New Technology, Work and Employment*, 32, 84–100.
- Suh, K. S. (1999). Impact of communication medium on task performance and satisfaction: an examination of media-richness theory. *Information & Management*, 35, 295–312.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In J. T. Jost & J. Sidanius (Eds.), *Key readings in social psychology. Political psychology: Key readings* (pp. 276–293). New York, NY, US: Psychology Press.
- Van Dick, R., Grojean, M. W., Christ, O., & Wieseke, J. (2006). Identity and the extra mile: Relationships between organizational identification and organizational citizenship behavior. *British Journal of*

Management, 17, 283-301.

- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication impersonal, interpersonal, and hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 23, 3-43.
- Walther, J. B. (2007). Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23, 2538-2557.
- Walumbwa, F. O., Cropanzano, R., & Hartnell, C. A. (2009). Organizational justice, voluntary learning behavior, and job performance: a test of the mediating effects of identification and leader-member exchange. *Journal of Organizational Behavior*, 30, 1103-1126.
- Walumbwa, F. O., Mayer, D. M., Wang, P., Wang, H., Workman, K., & Christensen, A. L. (2011). Linking ethical leadership to employee performance: The roles of leader-member exchange, self-efficacy, and organizational identification. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 115, 204-213.
- Wang, C., Yang, Y. Y., & Tseng, C. (2016). Always on duty? The positive and negative effects of using mobile social networking tools for work. *2016 Proceedings of Pacific Asia Conference on Information Systems*.

최초 투고일 2018년 02월 28일

논문 수정일 2018년 03월 25일

게재 확정일 2018년 08월 11일

Abstract

Effects of KakaoTalk Uses on Organizational Factors including Organizational Identification, Organizational Support, and Job Satisfaction

Jaehee Cho

Chung-Ang University

Haeyoun Kim

Chung-Ang University

This present research focused on the effects of mobile instant messaging (MIM) services on organizational factors. Four variables regarding KakaoTalk use—dependence on KakaoTalk, task-relevance of Kakaotalk information, ambiguity of KakaoTalk information, burnout of KakaoTalk uses were considered as the main predictors of multiple organizational factors including organizational identification, organizational support, and job satisfaction. This study proposed and tested a theoretical model explaining the relationships among those factors. Results from a path analysis indicated that task relevance of KakaoTalk information and burnout of KakaoTalk uses directly affected organizational identification and indirectly and significantly affected organizational support and job satisfaction. However, there was no significant association between the two other predictors and organizational identification. These results imply that KakaoTalk in today's organizations is used mainly for instrumental purposes and that overuse of KakaoTalk in organizational settings negatively affects job satisfaction, mediated by organizational identification and organizational support.

Key words mobile instance messaging service (MIM), kakaotalk, organizational identification, organizational support, job satisfaction